

## BAB V

### PENUTUP

#### V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan ini, dapat dikatakan bahwa *instagram* @tabu.id sudah memiliki dan menerapkan prinsip-prinsip dalam merancang dimensi informasi. Hal ini terlihat dari angka frekuensi indikator-indikator pada setiap postingan yang diunggah.

*Instagram* @tabu.id dapat dikatakan sudah menerapkan prinsip-prinsip dalam merancang informasi dapat dilihat dari foto dan *caption* yang ada pada setiap postingan yang diunggah. Seperti misalnya contoh postingan tentang survey demografi dan kesehatan seksual remaja di Indonesia yang telah disertai dengan sumber data yang valid. Selain itu juga, pada tiap unsur antara *accuracy*, *completeness*, *currency* dan format pada periode bulan Agustus 2020-Desember 2020 memiliki angka persentase yang cukup tinggi.

Dari penjelasan diatas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa *instagram* @tabu.id telah dikelola secara benar dan tepat sesuai dengan tema *instagram* yang ada yaitu *sex education*.

Pada indikator-indikator diatas dapat disimpulkan bahwa pada tiap indikatornya memiliki hasil yang berbeda-beda. Seperti pada indikator *accuracy* yang menunjukkan

postingan yang diunggah pada periode Agustus 2020-Desember 2020 telah menerapkan prinsip dari *accuracy* itu sendiri yang dapat dilihat dari angka persentase yang cukup tinggi. Kemudian pada indikator *completeness* juga menunjukkan angka persentase 45,6% sebanyak 103 postingan pada periode Agustus 2020-Desember 2020, sehingga dapat dikatakan memenuhi kriteria dan menerapkan prinsip *completeness* pada setiap postingan yang diunggah.

Selain itu juga, pada indikator *currency* juga dapat dikatakan telah memenuhi syarat dan kriteria untuk dipenuhi sebagai indikator *currency* karena hasil keseluruhan seluruh postingan pada periode Agustus 2020-Desember 2020 sebanyak 103 konten dengan total persentase mencapai 68%. Sedangkan pada indikator format juga telah memenuhi kriteria sebagai prinsip format sebanyak 35%. Maka dari itu, secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa *instagram @tabu.id* telah memenuhi kriteria dan menerapkan prinsip-prinsip dalam merancang informasi.

## **V.2 Saran**

### **V.2.1 Saran Akademis**

Penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian dengan metode analisis isi kuantitatif. Penelitian ini befokus pada penerapan prinsip-prinsi dalam merancang informasi yang ditunjukkan dan ditampilkan pada setiap foto dan *caption* yang diunggah pada sebuah akun sosial media *instagram*. Subjek pada penelitian ini adalah *Instagram @tabu.id*. Peneliti mengerti bahwa penelitian yang dilakukan ini masih mempunyai kekurangan. Oleh karena itu, diharapkan kedepannya peneliti dapat memberikan analisa data yang lebih akurat mengenai prinsip-prinsip dalam merancang informasi pada akun sosial media *instagram*. Dengan menggunakan metode lain seperti pendekatan analisis isi kualitatif.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **BUKU**

- Bambang. 2012. Instagram Handbook (Tip Fotografi Ponsel). Jakarta: Penerbit: Mediakita
- Chomaria, Nurul. 2012. Pendidikan Seks Untuk Anak. Solo: Penerbit: Aqwam
- Eriyanto. 2015. Analisis Isi (Pengantar Metodologi untuk Penelitian Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya). Jakarta: Penerbit: Kencana
- Hikmat, Mahi M. 2011. Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra. Yogyakarta: Penerbit: Graha Ilmu
- Irianto, Koes. 2019. Memahami Seksologi: Penerbit. Bandung: Penerbit: Sinar Baru Algensindo
- Kartono, Kartini. 2006. Psikologi Wanita 1 (Mengetahui Gadis Remaja & Wanita Dewasa). Bandung: Penerbit: Mandar Maju
- Nasrullah, Ruli. 2018. Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi). Bandung: Penerbit: Simbiosis Rekotama Media
- Neuman, W Lawrence. 2017. Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. Jakarta: Penerbit: PT Indeks Permata Puri Media

Nugraha, Boyke Dian. 2013. It's All About A-Z Tentang Sex. Jakarta: Penerbit: PT Bumi Aksara

Nurudin. 2019. Perkembangan Teknologi Komunikasi. Depok: Penerbit: PT Rajagrafindo Persada

Sarwono, Sarlito W. 2018. Psikologi Remaja. Depok: Penerbit: PT Rajagrafindo Persada

Soekanto, Soerjono. 2013. Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Penerbit: PT Rajagrafindo Persada

Yakub. (2012). Pengantar Sistem informasi. Yogyakarta: Penerbit: Graha Ilmu

Yulius, Hendri. 2019. Tidak Semua Seks Itu Jorok. Jakarta: Penerbit: PT Elex Media Komputindo

### ***E-Book***

Nelson, R. R., Todd, P. A., and Wixom B. H. 2005. "Antecedents of Information and System Quality: An Empirical Examination Within The Context of Data Warehousing". Management Information Systems, 21(4): 199-235.

## **SUMBER ONLINE**

<https://plan-international.or.id/tabu-id-menggunakan-pendekatan-kreatif-berbasis-bukti-untuk-mengedukasi-remaja-terkait-seksualitas/> (diakses pada tanggal 24 September 2020 pukul 23.11 WIB).

[www.instagram.com/tabu.id/](http://www.instagram.com/tabu.id/) (diakses pada 24 September 2020 pukul 23.53 WIB).

## **JURNAL**

Alim, Chelsea Amanda. (2014). Impression Management Agnes Monica Melalui Akun Instagram (@agnezmo). *Jurnal E-Komunikasi*, 2(3), 1-10.

Chionardes, Clarissa Angela, Gatut Priyowidodo, dan Monica Rusdianto. (2019). Strategi Impression Management Grace Natalie sebagai Pemimpin Partai Politik melalui Akun Instagram @Gracenat. *Jurnal E-Komunikasi*, 7(2), 1-12.

Dinillah, Ulya, dan Aka Kurnia SF. (2019). Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun @tentangislam dan @harakahislamiyah). *Jurnal of Communication Science*, 1(1), 54-67.

Fathurrahman, M, Ira Dwi Mayangsari. (2019). Analisis Pesan Foto dan Teks Akun Instagram #FOODFESTIVALBANDUNG dalam Mempromosikan Event Wisata Kuliner di Kota Bandung. *Jurnal E-Proceeding of Management*, 6(3), 1-9.

Goldwin, Evelyne, Gatut Priyowidodo, dan Astri Yogatama. (2019). Strategi Impression Management Sandiaga pada Kampanye Pilpres 2019 melalui Akun Instagram @sandiuno. *Jurnal E-Komunikasi*, 7(2), 1-13.

Ruru, Gabrielle Priscilla, Amelia Sidik, dan Felicia Goenawan. (2019). Analisis Isi Electronic Word of Mouth Pada Posting Instagram @garuda.indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*, 6(2), 1-10.

Sriwigati, Niken Ayu, Gatut Priyowidodo, dan Lady Joanne Tjahyana. (2018). Taktik self-presentation Ridwan Kamil dan Deddy Mizwar dalam Pilkada 2018 di Instagram. *Jurnal E-Komunikasi*, 6(2), 1-12.

Tanisang, Maria Desya, Titi Nur Vidyarini, dan Vita Monica. (2020). Studi Komparatif: Analisis Isi Pesan Pada Posting Instagram E-commerce di Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*, 7(2), 1-10.

Triyono Agus, dan Nifsya Khaira Marhuda. (2020). Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah\_tauhid. *Jurnal Interaksi*, 4(1), 50-67.

Putra, Dedy Kurnia Syah, dan Nisa Dwi Saputri. (2015). Komunikasi Cyber CSR: Analisis Isi pada Official Website PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 17-39.

## SKRIPSI

Dewi, Sri Hartini. (2017). *“Analisis Pesan Foto dan Teks Akun Instagram @kulinerdisolo yang Efektif Dalam Mempromosikan Wisata Kuliner di Kota Solo”*.

Skripsi yang disajikan di Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Surakarta. 2017

Faradita, Dina Tria. (2017). *“KOMUNIKASI DAKWAH MELALUI KOMIK DI INSTAGRAM (Analisis Isi Konten Dakwah Dalam Akun Instagram “@Komikin\_ajah”)*”. Skripsi yang disajikan di Universitas Muhammadiyah Malang. Malang. 2017

Danuha, Muhammad Kholid Imawan. (2018). *“Permasalahan Sosial di Akun Instagram Kepala Daerah (Analisis Isi Pesan Instagram @ridwankamil Periode Juni-September 2016”*. Skripsi yang disajikan di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Yogyakarta. 2018